

und gekauft. Brillanten wurden wenig gefragt und noch weniger gekauft. Mittlere Bijouterie ging hauptsächlich die letzten Tage, wie ja wohl in jedem Jahre. Bei Broschetten, Manschettenknöpfen, Ketten und Kollern war die Geldknappheit der kleinen Leute gut zu beobachten. Man kann ruhig behaupten, es hätte noch viel schlechter kommen können.

Nun einige Beobachtungen: Brillanten und größere Objekte sind zum Teil unter dem Einkaufspreis oder besser zu jedem Preis verkauft worden, nur um Kasse zu haben. So unliebsam diese Erscheinung ist, ebenso ist sie zu verstehen. Ein Konkurs würde noch weniger einbringen, und wo Zahlungsverpflichtungen vorlagen, mußte Geld geschaffen werden.

Eine andere viel beobachtete Erscheinung ist, daß der Wecker in großem Ausmaße als Weihnachtsgeschenk gekauft worden ist; diese Beobachtung wird von verschiedenen Grossisten als Kuriosum bestätigt. Unangenehm bemerkbar machten sich die Ausverkäufe bis zu 40 % Rabatt. Das ist ein großer Unfug, der nicht scharf genug bekämpft werden kann. Dann kamen einige Grossisten, die flott detaillierten; diesen muß das Handwerk gelegt werden, nur traurig, daß es immer noch Kollegen gibt, die Waren von ihnen beziehen oder in Kommission geben lassen.

Auf eine Firma Max Geier (Pforzheim) sei hier besonders aufmerksam gemacht, die anscheinend Hausierhandel betreibt und auch Uhrmacher besucht. Abzahlungsgeschäfte ohne Anzahlung, Engrosengeschäfte wie Wallerstein & Schlef (Köln), die ihre Waren nur an Konsumenten mit Abzahlung absetzen, und dazu noch zwei Dortmunder Firmen, die an Uhrmacher und gleichzeitig an Konsumenten verkaufen. Diese müssen als Lieferanten für uns verschwinden, und dazu ist es erforderlich, daß Grossistenverband und Fabrikanten mit dem Einzelhandel gemeinsam arbeiten. Alle diese Untersuchungen haben uns kaufendes Publikum entzogen. Es werden in nächster Zeit noch mehr Mißstände aufgedeckt werden, sobald Innungen und Verbände ihre Arbeit wieder aufnehmen. Schon jetzt sei aber darauf hingewiesen, daß der Westfälisch-Lippische Verband ohne Rücksicht mit eisernem Besen diese Bekämpfung vornehmen wird. O. Trawny.

Ein Kollege aus einer kleineren westfälischen Industriestadt schreibt uns: Der Umsatz bei mir war fast der gleiche mit etwas Plus des vorvergangenen Jahres. Schmuckwaren habe ich wohl etwas mehr verkauft als Uhren, jedoch halten sich beide ungefähr die Wage. In Frage kommen aber durchschnittlich nur billigere Qualitäten, bei ersteren wie letzteren. Trotz der schlechten Lebensmöglichkeiten kauft überwiegend der Arbeiter. Schmuckwaren und Luxusgegenstände, auch Uhren, die der Mittelstand braucht, gehen gar nicht, und in Bleikrisis habe ich fast nichts zum Weihnachtsfest, im Verhältnis zum vergangenen, verkauft. Ein Zeichen der Geldknappheit des Mittelstandes.

Gemeinschaftsreklame haben wir nicht gemacht, jedoch hat auch kein einziger Kollege am Platze persönlich annonciert, da er sich jedenfalls nichts davon versprochen hat.

Aus einem mitteldeutschen Grubenrevier wird uns berichtet, daß sich in der ersten Hälfte des Jahres 1925 das Geschäft gut anließ und nur in dem zweiten Halbjahr, insbesondere im Dezember, zu wünschen übrigblieb. Reparaturen sind auch nicht zu reichlich, bleiben bis zur Abholung oft mehrere Monate hängen und der richtige Preis ist schwer zu erzielen. Der Verkauf in Uhren war nur gering; der Industriearbeiter verdient wöchentlich nur 15 bis 20 Mk., der Landaibeiter 6 bis 10 Mk. mit dem entsprechenden Deputat. Wo soll da das Geld zum Kaufen herkommen? Auch in Goldwaren und Uhrketten war das Geschäft schlecht. Eisengeschäfte handeln mit Alpakawaren. Das Brillenverkaufsgeschäft wird in schroffer Art von einem Augenarzt dem Uhrmacher entzogen und einem „Diplom“-Optiker zugewiesen.

Die größte Sorge sind für die Zukunft die Markenuhren. Die Fabriken machen die größten Anstrengungen, solche auf den Markt

zu bringen und bekanntzumachen. Zu gegebener Zeit werden diese Firmen die Forderung stellen, ihre Uhren zu vorgeschriebenen Preisen zu kaufen und mit zu knapp bemessener Verdienstspanne zu verkaufen, wie in der Schuhbranche, und sich um den Uhrmacher keine Sorge machen. (Geschieht heute schon, und kurz-sichtige Uhrmacher unterstützen dieses Gebaren noch. Die Schriftleitung.)

Von 46 Innungsmitgliedern hungert sich tatsächlich die Hälfte nur mühsam durch, von den anderen kann auch nur ein kleiner Teil einen bescheidenen Gewinn buchen, aber auch nur durch lange Arbeitszeit. Die Gemeinschaftsreklame wäre wohl zu begrüßen, läßt sich aber, solange bei den Uhrmachern der Dökel im Schädel sitzt, der sie sogar verleitet zu sagen: „Ich kenne keine Kollegen, sondern nur Konkurrenten“, nicht durchführen. Von dem Gedeihen unserer Industrie, von mehr als 8-Stunden-Arbeit, hängt auch die Möglichkeit besseren Geschäftsganges in unserem Gewerbe ab. Nicht wer der billigste Mann ist, sondern wer seiner Hände Arbeit richtig bewertet, wird Sieger bleiben, nur wer Nerven und Kapital hat, die Krisis überstehen. Ich erinnere an das mahnende Wort des großen Friedrich an seinen Liebling, General Winterfeld: „Suche Er sich gesund zu erhalten zum Wohle seiner Familie und des ganzen Standes.“

Aus der Provinz Hannover wird uns von einem Verein geschrieben: Im Durchschnitt war das Weihnachtsgeschäft im hiesigen Bezirk als befriedigend (Zensur 3) zu verzeichnen, da die meisten Kollegen keine zu großen Erwartungen an das Geschäft gestellt hatten. Der Jahresumsatz, sowie auch das Weihnachtsgeschäft selbst waren im Vergleich zu 1924 geringer. Der Umsatz an Uhren überwog wohl bei weitem den an Schmuckwaren. Es ist die Beobachtung gemacht worden, daß Uhren in mittlerer Preislage von 30 Mk. und darüber hinaus weit begehrter waren als billigere Uhren von 6 bis 20 Mk.

Der Käuferkreis des hiesigen ländlichen Bezirkes bestand in der Hauptsache aus Landwirten und Beamten. Die Arbeiterschaft konnte sich wegen Einstellung verschiedener industrieller Betriebe nicht an dem Kauf unserer Artikel beteiligen.

Was Gemeinschaftsreklame anbetrifft, so ist diese für den hiesigen Kreis nicht gemacht worden. Dieselbe war in der Versammlung vom 6. Oktober v. J. beschlossen, mußte aber, da schon vorher zwei Kollegen mit den Zeitungen Abmachungen getroffen hatten, unterbleiben, weil der überwiegende Teil der Kollegen es nicht in Einklang bringen konnte, daß Vereinsreklame und Einzelreklame möglich sei. In der Sitzung vom 4. Januar wurden die

Kollegen, die Einzelreklame gemacht hatten, von der anderen Seite, die nicht inseriert hatte, stark angegriffen, und lehnte diese auch jede Erörterung über Vereinsreklame, wie überhaupt jede Erörterung über Reklame ab, da diese Herren auf dem alten Uhrmacherstandpunkt stehen: „Reklame darf der Uhrmacher nicht machen.“ Es wurde aber im Laufe des Gesprächs über den Verkauf von Uhren in der Weihnachtszeit — wohl unbewußt — zugegeben, daß die wirklich gediegene und zugkräftige Reklame einiger Herren den Verkauf von Taschenuhren auch bei den nicht inserierenden Firmen gehoben hat.

Aus Pommern wird berichtet: „Anfang Dezember konnte man gegenüber den Vorjahren überhaupt noch nicht von einem Weihnachtsgeschäft reden. Es setzte erst ein, als die Weihnachtsgartifikationen Mitte des Monats ausgehört wurden; ein Beweis, daß die Gehälter zum Kauf von Geschenken nicht ausreichten. Auch hatten die Geschäftsleute schwer darunter zu leiden, daß mehrere größere Industrie-Unternehmen in Konkurs geraten sind oder unter Geschäftsaufsicht gestellt wurden oder auch ihre Betriebe zum Teil oder ganz stilllegten. So wurden in Uhren, sowohl wie in Schmuckwaren, hauptsächlich billige Sachen gekauft. Goldene Herren- und Armbanduhren sind nur ganz vereinzelt gekauft worden. Es kamen somit hauptsächlich Silberschmuck, sowie Nickel- und silberne Uhren in Frage. Im allgemeinen hat sich der Dezemberumsatz 1925 gegenüber 1924 um etwa 20 % vermindert.“



CENTRA

Verlangen Sie Vorlage von
Centra-Taschenuhren und Centra-Weckern
bei Ihrem Grossisten

Katalog mit Abbildungen und Verkaufspreisen gegen Einsendung von 0,65 Mk.

Markenuhr G. m. b. H.
Halle (Saale) .: Mühlweg 19